方可成：从 2016 美国大选报道看社交媒体运用、西方传媒业的问题与变革

本刊记者 / 刁毅刚 陈旭管 编辑整理

编者按：美国宾夕法尼亚大学 Annenberg 传播学院方可成博士利用旅美期间的所见所闻，对于西方主流媒体预测美国 2016 年大选结果“集体失准”这一媒体现象进行了深入思考，指出西方传媒业存在的问题及其商业化本质，提出媒体未来变革方向等观点。作者批驳了所谓川普“Twitter 治国论”，指出所谓西方媒体的“大数据万能论”不过是一地鸡毛；作者认为西方主流媒体对于 2016 大选结果预测的失准是过度追求噱头、过度商业化和从业人员远离基层等因素所致。该文对于媒体从业人员更加深入地学习和理解习总书记“2・19”讲话精神，树立马克思主义新闻观，增强政治家办报的定力，锻炼发掘新闻的眼力，磨练走基层的脚力，以及推进媒体融合创新具有启示意义。



过去几个月，本人在美国发现国内社交媒体上对美国大选给予了高度关注，传媒业界人士也希望通过大选背后的媒体运营了解行业的启示，我最近连续写了几篇该领域的文章，得到了广泛的传播。今天，我简单地谈三方面问题，这些问题会涉及西方传媒业的技术、商业模式以及新闻专业操作等问题。

这是川普发 Twitte 的照片，他每天都发 Twitter。川普发 Twitter 引发了很多人的兴趣，国内有论者以“川普推特治国”发文，他是一位将社交媒体应用在竞选、用在治国理政的候选人吗？我认为答案是否定的。

如果大家关注过前两届大选，会发现奥巴马也是一位善于利用互联网的总统，但其实最早还不是奥巴马，最早可追溯到 2004 年民主党候选人 Howard Dean，才是第一个善于利用互联网的总统候选人，虽然他最后没有当选总统，甚至没有成为民主党最终的候选人，但是他确实引发了一场技术风暴，也是成为当我们说起互联网和竞选的时候，第一个会提到的人。

时任佛蒙特州州长的 Howard Dean，各种资历和影响都不够，而且与民主党的建制派有一定的距离，并没有成功当选的机会。所以他当时的方法就是成功地运用了网络筹款，通过互联网直接和支持自己的选民——特别是年轻人，与熟练运用互联网技术的人建立了联系。

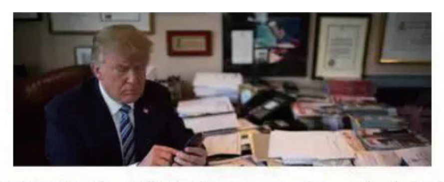
Howard Dean 之所以没办法胜出是因为建制派背后有很多资源投入，这个党会给支持的候选人很多基础设施，每个州、每个城市、每个郡里面都有人助选，Howard Dean 通过小额捐款的形式，直接和普通人联系起来，而不是找大老板、大土豪去要钱。

虽然现在每个明星都在网络上和粉丝联系，这在 2004 年是一个创举，他收到的捐款超过了之前克林顿创下的纪录。当然该纪录后来被奥巴马打破了，奥巴马沿用了互联网去接触基层选民，为其竞选筹款。

Howard Dean 利用了一个叫 meetup.com 的社群网站，用现在的话来说，他是最早运营社群的人，他在这个网站上有自己的协调人，他会把支持他的人联络在一起，大家可以各自在各地组织线下见面讨论活动和助选活动。

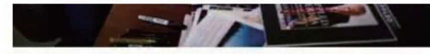
《纽约时报》的一篇报道把奥巴马和肯尼迪联系起来，大家都知道肯尼迪和电视是接连起来的，当年肯迪尼与尼克松辩论的时候，是美国有史以来的第一次总统电视辩论，肯尼迪表现得风度翩翩，而尼克松表现得非常紧张。

所以，很多人把肯尼迪的成功与电视媒介联系起来，把奥巴马的成功和互联网媒介联系起来。赫芬顿邮报创始人曾



候任总统特朗普“推特治国” Twitter或成最大赢家？

来源：驱动中国 文：曹剑 2017-01-04 14:52 访问量：71919



经说：如果不是互联网的话，奥巴马不可能成为总统。当时奥巴马成功地利用了互联网动员了年轻人的参与，最终在党内胜出，使自己的得票数超过了希拉里。

How Obama's Internet Campaign Changed Politics

By CLAIRE CAIN MILLER NOVEMBER 7, 2008 7:49 PM



The Obama campaign's use of the Internet has been cited as playing a large role in upending how presidential races are fought. (Credit: Peter Wynn Thompson for The New York Times)

One of the many ways that the election of Barack Obama as president has echoed that of John F. Kennedy is his use of a new medium that will forever change politics. For Mr. Kennedy, it was television. For Mr. Obama, it is the Internet.

2012 年，Web2.0 已经成熟了，奥巴马利用司空见惯的技术，如通过社交媒体来做竞选，挖掘用户数据。

美国有论文提出：从 2004 年开始，民主党雇佣了 500 多位大数据专家，共和党只雇佣了 123 位大数据专家，所以民主党才是利用大数据社交媒体精准投放和传播最好的党派。他们在做的过程中，也得到了硅谷很多支持。

技术手段一直传承到希拉里的这次竞选当中来，但是它却没有发挥它的作用。所以如果真的比较两方的科技实力，还是民主党更厉害，当然共和党也在拼命迎头赶上。但是共和党建制派所拥有的资源，包括财政、人力资源，不太愿意投入到川普竞选当中。当时很多人为什么会觉得川普没有什么希望？其中一个原因，其实就是来自党派的支持特别少，川普没有运用任何眩目的所谓大数据技术，也没有运营社交群组，只是发 Twitter 以及在竞选场合说一些话，单凭这样就很大地影响了选举的结果，这是一个很有意思的现象。

一年前，Howard Dean 参选时的操盘手 Joe Trippi 在接受采访时就曾预测，这次竞选在技术上不会有什么新的突破，基本上都是沿用之前的 2008 年、2012 年的技术，但是他预测这次的竞选会成为史上最负面的一次竞选，谁利用这些技术来把对方身上的一些负面的东西给挖掘出来、激发出来，负面的情绪在选民中激发出来，谁就能够取得最后的胜利，现在看来这样的说法其实是很有预见性的。

Joe Trippi 还说：无论 Howard Dean 还是奥巴马，技术对参选都发挥了重要的作用，这就是时下流行的提法“技术赋权”，让那些本来没有可能出现、没有可能在党内胜出、没有可能在大选中胜出的候选人胜出了，因为这种互联网的力量帮助他们对抗建制派，真正激发出年轻人和少数主义的支持，在通常情况下被边缘化、被剥夺权利的群体的声音，赋予他们使用这些的权利，所以当时技术被视为是非常正面的事情。

而现在他却认为，技术变成了带有控制性的事情。当你去挖掘更多的数据，当你对你的选民了解更清楚的时候，你一方面对他有赋权，其实另一方面你也更多地去控制他，不管是去控制他的想法还是去控制他的兴趣，给这种也创造了可能性。

1. 关于技术问题

在这次大选当中，技术的另一面作用也被激发出来，所以技术的作用是两面的。

CNN 的 News cycle 是 24 小时接连不断地播放新闻，这种模式在商业上是有利可图的，有了更多的播放时间就有更多时间插入广告。这种模式造成电视台的运营成本并不增加，因为是同样的东西。也就没有更多的成本和资源投到其中。但是看上去非常好玩。所以美国 CBS 电视网主席说：“川普可能对美国来说不是好事，但是他对 CBS 来说太有利了”。

他做如此表态的原因是什么？因为川普经常说一些非常奇怪的和非常有争议的话，这些话会给他们带来非常多的收视率，所以会出现一个非常有意思的现象，就是在共和党党内初选的时候，共和党有十几位候选人参加初选，但是媒体基本上只报道川普一个人。因为大家对川普的兴趣更大，期待他又讲出什么好玩的事情，讲出出人意料的事情。所以后来有很多人批评这种商业模式，媒体认为自己成功地利用了川普赚取了收视率，实际上大家都被川普利用了。

据 2016 年 3 月份广告量统计，在十几个候选人中，排第一的是共和党建制派力推的头号候选人杰布・布什。川普的投入并不高，虽然他自己有很多钱，但是他并没有花太多的钱去买广告。但他获得了很多免费广告时间。免费广告时间指的是什么？比如今天 CNN 新闻上有一则川普新闻，其实是对川普的免费推广，这个时间他没有买，他不需要花任何钱就可以获得这个时间。如果这个时间折算成美元，川普获得了远远超过其他候选人，后来统计高达 20 亿美元的免费广告时间，所以他完全不需要买广告投入到这个里面。

事后，美国媒体界反思最多的一点就是：美国的媒体机构在追逐噱头，追逐娱乐性，追求收视率的时候，是不是给了川普太多的免费的时间，成为他后来在共和党党内初选胜出的重要原因。所以这是关于商业模式的问题。



《囧橄榄上周今夜秀》去年的最后一期节目是 2016 的总结，总的观点是 2016 是史上最糟一年，最后提出了大家可以做的事情，其中就说到大家应该去支持真正的新闻业，他号召大家给媒体捐款，并推荐给 ProPublica 捐款，这是一家专注于调查报道，专注于数据新闻的非营利性媒体。

由于 ProPublica 是非商业性的，并不依靠广告收入，而是依靠基金会的捐赠以及个人小额捐赠。在这次节目结束之后，ProPublica 这个媒体收到了比之前多百倍、千倍的捐款数额，大家发现实际上好的新闻、好的内容都是需要成本去投入的，如果我们的成本更加多元化，可以通过捐赠的形式，可以通过其他非营利的形式来投入，我们就可以避免 2016

年的现象，更多的是依靠报道的深度和质量。

2. 关于商业模式问题

注意力模式放大了无关紧要的戏剧性情节，让竞选变成赛马比赛。如何实现更多元的收入来源，支持优质内容的生产？

我觉得这也是近年来西方媒体业遭遇的重大危机，是商业模式的局限性。现在媒体获得广告已经是越来越难了，很多媒体关门也是由于广告收入的下滑。在美国，大家会认为这是一个契机，会是媒体改变收入结构的契机，对广告的依赖减少，对其他更多元的收入来源增加，这样也会对内容生产带来正面而积极的改变。



最后讲第三个方面，这是我在我的公号新闻实验室上发过的一个图，我总结2016年世界传媒业的三对关键词。人工智能技术在去年也获得了很大发展，但是其中也暴露出来很多的偏见和问题。

但是上面两个方面跟今天的话题更加有关，一个是民粹主义和专业主义的问题，不仅是席卷政治领域，而且也体现在西方民众对专业媒体表现出不信任。但是在年底的时候像ProPublica得到了捐赠，以及像《纽约时报》等严肃媒体订阅量出现了飙升的情况，大家也注意到我们仍然需要有专业把关的内容。

上面一个是说提到的真和假的问题，就是说新闻的真假成为此次大选中大家最关注的问题，在西方，假新闻是泛滥成灾的。被牛津词典评为今年的年度词语叫"后真相时代""后事实时代"，大家对这个词非常熟悉，这也与川普直接相关。在当代，真相事实不重要，社交媒体时代放大了这样的情况。

当年，纸媒曾出现过一条荒诞不经的新闻，是说希拉里·克林顿曾领养了一个外星人的婴儿。这个谣言传播很广，谣言的传播也让媒体事实核查变得受人关注，但问题是这种核查要看对象，有时候媒体核查了一些非常鸡毛蒜皮的事情。例如，据NBC报道，川普曾说希拉里用酸性溶液把自己的电子邮件的服务器给酸洗了，但实际上她并没有用酸性溶液去删除邮件服务器上的内容，这种事实实际上无需核查。很明显，当川普说克林顿删了这些酸性邮件，这句话更多的是比喻，但当很多媒体纠缠于这样的细枝末节的时候也会引起很多受众的反感。

另一方面，主流媒体没有展现出真实的现状，最典型的例子就是此次对于大选结果的预测，《纽约时报》说希拉里胜出的可能性是85%，其它各家数字各不相同，但是不管怎么样，他们都是预测了希拉里会胜出。

3. 关于真相缺位背后的多重原因

关于这次美国的主流媒体为什么会预测错？我自己在公号上有详细解读。我想说的是，为什么会出错？简单说数据是错的，民意调查未能反映出真实民意，有一些支持川普的人没有说真话或者不愿意接受调查，或者说调查的方法有问题。

有数据显示，全世界范围内，记者都是更加偏向自由主义。然而记者仍然会受到偏见的影响，所以就导致了记者会放大对希拉里这一方更加有利的事实，忽略更多支持川普的声音。这在专业操作上是没有违背事实的，但是可能没有很好地展现全面、深刻的现实。我们必须承认，信息爆炸的情况下，人的认知能力是有限的，所以我们未能面对和处理爆炸的信息，并没有这样的能力非常好地挖掘真相。

西方新闻业危机对地方传媒机构的冲击最大，媒体的总部、记者站、记者部都设在纽约、华盛顿、旧金山等大城市里，记者越来越不愿意扎根美国中西部、南部和农村地区，所以越来越少的记者会愿意去理解底层人士的想法，这也是一个专业操作上和媒体结构性的问题。民调数据有自己的局限性，记者的调查也有局限性。

所以我想我们可以更好地思考真相的传播，信任的获得，包括很多方面：如何获得更好的民调数据，包括技术方面的改进、产品设计上的改进和数据上的改变；还有新闻专业操作方面的问题，以及记者走基层，理解底层人士的思想，如何更努力地去克服内心偏见；如何更好地做媒介素养教育，让大家更多地了解、获得判断新闻真伪的方法，并主动传播真新闻和优质内容的理念。

以上涉及技术、商业和专业操作等方面的问题，是我对于西方媒体对于这次美国大选报道的思考。媒

作者简介：方可成，美国宾夕法尼亚大学Annenberg传播学院博士生，《南方周末》前时政记者、政见CNPolitics团队发起人、新闻实验室创始人，长期跟踪传媒行业的前沿趋势，尤其关注技术对传媒行业带来的改变。